

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Fenomena komunikasi politik di tingkat lokal menunjukkan dinamika yang semakin kompleks, terutama dengan munculnya aktor-aktor di balik layar yang turut berperan dalam membentuk citra pemimpin.¹ Berdasarkan konteks politik lokal di Kota Blitar, terdapat tim media informal yang bekerja di luar struktur resmi pemerintahan namun memiliki peran signifikan dalam mengelola komunikasi kepala daerah. Berdasarkan hasil pengamatan awal peneliti terhadap aktivitas digital, tim ini menunjukkan tingkat produksi konten yang masif, bahkan dalam beberapa kasus melebihi kanal resmi kehumasan pemerintah. Konten yang diproduksi cenderung menggunakan gaya personal, santai, dan emosional sehingga lebih mudah menjangkau serta menarik perhatian masyarakat luas. Kondisi ini menunjukkan bahwa komunikasi politik tidak hanya berlangsung di ruang terbuka, tetapi juga melibatkan proses produksi konten yang terjadi di balik layar secara terorganisir.

Keberadaan tim media informal menegaskan bahwa aktivitas komunikasi politik tidak hanya dilakukan oleh aktor utama seperti kepala daerah, tetapi juga didukung oleh tim yang memiliki peran strategis dalam merancang pesan, memproduksi, hingga mendistribusikan konten. Proses ini menunjukkan bahwa komunikasi politik merupakan hasil dari tahapan yang terstruktur, mulai dari perencanaan, produksi, hingga evaluasi konten. Dengan demikian, citra politik

¹ Yunita Simatupang, "DINAMIKA POLITIK DAN PILKADA DI KOTA KENDARI: Analisis Pengaruh Media Sosial Dalam Kampanye Politik Lokal," *Journal Publicuho* 7 No 1 (2024): 439–47, <https://doi.org/10.35817/publicuho.v7i1.506>.

yang muncul di ruang publik merupakan hasil dari proses manajemen produksi konten yang dilakukan secara kolektif dan strategis.

Fenomena ini menimbulkan pertanyaan mengenai bagaimana peran tim media informal dalam proses produksi konten komunikasi politik, serta bagaimana mereka mengelola setiap tahapan produksi mulai dari pra produksi, produksi, hingga pasca produksi dalam membentuk citra kepala daerah. Selain itu, penting untuk memahami bagaimana tim media tersebut berperan sebagai komunikator terselubung melalui konten yang diproduksi dan disebarkan kepada publik.

Menurut perspektif manajemen produksi konten yang dikemukakan oleh Peter K. Pringle, setiap konten yang ditampilkan kepada publik merupakan hasil dari tahapan produksi yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi tertentu.² Hal ini memperkuat bahwa komunikasi politik dapat dipahami sebagai proses strategis yang melibatkan pengelolaan pesan secara sistematis melalui konten yang diproduksi secara terencana.

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, terjadi perubahan signifikan dalam cara manusia berinteraksi, termasuk dalam praktik komunikasi politik. Perubahan ini mendorong pergeseran dari pola komunikasi konvensional menuju komunikasi berbasis digital yang lebih terbuka dan dinamis. Media digital menjadi sarana utama dalam menyampaikan pesan, membangun opini, serta membentuk citra di ruang publik. Kondisi ini diperkuat oleh laporan We Are Social tahun 2026 yang menunjukkan bahwa penggunaan media sosial di Indonesia terus meningkat, dengan jumlah identitas pengguna

² Neni Utami, "Penerapan Manajemen POAC (Planning , Organizing , Actuating Dan Controlling) Pada Usaha Dawet Semar Di Kabupaten Blitar" 2, no. 2 (2023): 36–48.

media sosial mencapai 180 juta atau sekitar 62,9% dari total populasi. Peningkatan ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi ruang strategis bagi aktor politik untuk menjalin komunikasi dengan masyarakat.

Berdasarkan konteks yang lebih luas, media sosial memberikan ruang baru bagi aktor politik untuk tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membangun kedekatan, menciptakan citra, serta memengaruhi persepsi publik secara berkelanjutan. Salah satu contoh dapat dilihat pada aktivitas Dedi Mulyadi yang aktif memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi publik, dengan jutaan pengikut di berbagai platform. Melalui konten yang menampilkan interaksi langsung, kegiatan sosial, dan narasi yang kuat, komunikasi politik berkembang menjadi lebih interaktif dan terencana.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pengelolaan media dan strategi komunikasi telah banyak dikaji, namun belum secara spesifik membahas peran aktor informal di balik layar dalam konteks politik. Penelitian oleh Ana Aulia, Nur Lailatul Fitri, Nurul Novitasari, dan Farhatin Masruroh dalam artikel “Strategi Tim Media dalam Upaya Promosi Lembaga PAUD” menunjukkan bahwa tim media memiliki peran penting dalam merancang strategi komunikasi melalui produksi dan distribusi konten, baik secara online maupun offline.³ Namun, penelitian tersebut masih berfokus pada konteks institusi formal dan bersifat terbuka. Selain itu, penelitian oleh Annabel Natasha Prameswari (2025) berjudul “Strategi Pengelolaan Media Sosial Instagram @pertamina.corpu sebagai Sarana Branding” juga menunjukkan bahwa pengelolaan media sosial dilakukan secara terstruktur untuk membangun citra institusi melalui tahapan

³ Ana Aulia et al., “Strategi Tim Media Dalam Upaya Promosi Lembaga Paud,” *Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini* 4, no. 1 (2023): 38–46.

perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi konten.⁴ Meskipun demikian, penelitian ini masih berada dalam konteks korporat dan belum menyentuh dinamika komunikasi politik yang melibatkan aktor informal di balik layar.

Berdasarkan berbagai penelitian tersebut, masih terdapat celah penelitian (*research gap*), khususnya dalam memahami proses produksi konten yang dilakukan oleh tim media informal dalam konteks komunikasi politik lokal. Penelitian sebelumnya cenderung menempatkan tim media sebagai bagian dari struktur formal, sementara aspek produksi konten di balik layar belum banyak dieksplorasi.

Oleh karena itu, urgensi penelitian ini terletak pada kebutuhan untuk memahami secara mendalam bagaimana proses produksi konten komunikasi politik dilakukan oleh tim media informal. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memperluas kajian komunikasi politik, khususnya dalam melihat bagaimana citra pemimpin dibentuk melalui tahapan produksi konten yang terstruktur, serta memahami dinamika komunikasi politik di era digital yang semakin kompleks.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini penting untuk dilakukan guna memahami praktik komunikasi politik berbasis manajemen produksi konten, khususnya yang melibatkan peran tim media informal sebagai komunikator terselubung. Oleh karena itu, penelitian ini berjudul **“Hidden Communicator: Tim Media Informal dalam Politik Lokal di Kota Blitar.”**

⁴ Annabel Natasha Prameswari, “Strategi Pengelolaan Media Sosial Instagram @ Pertamina . Corpu Sebagai Sarana Branding,” *Jurnal Ilmu Komunikasi* 4, no. 2 (2025): 172–85.

B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian di atas, fokus penelitian yang akan dikaji terkait Hidden Communicator: Tim Media Informal dalam Politik Lokal di Kota Blitar. Penelitian ini menitikberatkan pada bagaimana proses manajemen produksi konten yang dilakukan oleh tim media informal dalam komunikasi politik kepala daerah di era digital. Dengan demikian, penelitian ini berupaya mengungkap bagaimana tim media informal merencanakan, memproduksi, dan mendistribusikan konten sebagai bagian dari strategi branding politik kepala daerah. Adapun pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana dinamika hubungan media dan politik dalam konteks politik lokal di Kota Blitar?
2. Bagaimana urgensi tim media informal sebagai komunikator terselubung?
3. Bagaimana relasi tim media informal sebagai komunikator terselubung dengan media mainstream dan netizen?
4. Bagaimana manajemen produksi konten yang dilakukan tim media dalam mendukung komunikasi politik Walikota Blitar?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis hubungan antara media dan politik di Kota Blitar, termasuk peran media dalam dinamika politik lokal.
2. Untuk mengkaji urgensi keberadaan tim media informal sebagai komunikator terselubung.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis relasi antara tim media dengan media mainstream serta netizen dalam proses penyebaran dan pembentukan opini publik.

4. Untuk menganalisis manajemen produksi konten yang dilakukan oleh tim media dalam mendukung komunikasi politik Walikota Blitar

D. Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu komunikasi, khususnya pada kajian komunikasi politik dan komunikasi digital. Melalui analisis peran tim media informal sebagai komunikator terselubung dalam mengelola komunikasi politik kepala daerah, penelitian ini diharapkan mampu memperkaya pemahaman mengenai aktor-aktor di balik layar dalam praktik komunikasi politik kontemporer. Selain itu penelitian ini juga diharapkan dapat memperkuat kajian mengenai konstruksi pesan politik di era media sosial yang semakin kompleks dan strategis. Penelitian ini memberikan perspektif baru bahwa komunikasi politik tidak hanya dilakukan oleh aktor formal, tetapi juga melibatkan aktor informal yang memiliki peran signifikan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat menjadi penguatan teoritis dalam memahami transformasi komunikasi politik di era digital.

2. Secara Praktis

- a. Bagi Praktisi Politik dan Tim Media

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi praktisi politik, konsultan komunikasi, serta tim media mengenai pentingnya peran strategis dalam mengelola komunikasi politik di era digital. Temuan penelitian ini dapat dijadikan bahan evaluasi dalam merancang strategi konten yang efektif, baik dari segi visual maupun narasi. Selain itu, penelitian ini juga dapat membantu dalam memahami bagaimana membangun citra kepemimpinan yang kuat dan konsisten di

media sosial. Dengan demikian komunikasi politik dapat dikelola secara lebih terarah dan profesional.

b. Bagi Pemerintah Daerah dan Kepala Daerah

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan refleksi bagi pemerintah daerah, khususnya kepala daerah, dalam memahami pentingnya peran tim media informal dalam komunikasi publik. Pengelolaan komunikasi yang melibatkan tim media secara strategis diharapkan mampu meningkatkan efektivitas penyampaian pesan kepada masyarakat. Selain itu, penelitian ini juga dapat membantu dalam membangun hubungan yang lebih baik antara pemerintah dan masyarakat melalui komunikasi yang lebih adaptif. Dengan demikian, legitimasi kepemimpinan dapat diperkuat melalui strategi komunikasi yang tepat.

c. Bagi Masyarakat Umum

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai proses komunikasi politik yang terjadi di balik layar. Dengan mengetahui adanya peran tim media informal, masyarakat diharapkan menjadi lebih kritis dalam menerima dan menafsirkan pesan politik di media sosial. Hal ini penting agar masyarakat tidak hanya menjadi penerima pasif, tetapi juga mampu melakukan evaluasi terhadap informasi yang diterima. Dengan demikian, partisipasi politik masyarakat dapat menjadi lebih sadar dan rasional.

d. Bagi Perpustakaan UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung

Penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memperkaya koleksi literatur ilmiah di Perpustakaan UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, khususnya dalam bidang ilmu komunikasi dan komunikasi

politik. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi akademik bagi mahasiswa, dosen, dan peneliti yang tertarik pada kajian komunikasi politik digital. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi rujukan dalam memahami proses produksi tim media dalam politik di tingkat lokal. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan literatur akademik.

e. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memperkaya koleksi literatur ilmiah di Perpustakaan UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, khususnya dalam bidang ilmu komunikasi dan komunikasi politik. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi akademik bagi mahasiswa, dosen, dan peneliti yang tertarik pada kajian komunikasi politik digital. Selain itu, penelitian ini rujukan dalam memahami proses produksi tim media dalam politik di tingkat lokal. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan literatur akademik.

E. Penegasan Istilah

Penegasan istilah bertujuan untuk memberikan definisi serta memperjelas makna dari setiap istilah atau konsep yang digunakan dalam penelitian. Adapun penjelasan yang disajikan mencakup penegasan istilah secara konseptual dan operasional.

1. Definisi Konseptual

a. Komunikator Terselubung

Komunikator terselubung dalam penelitian ini merujuk pada individu atau kelompok yang berperan dalam menyusun, mengelola, dan

menyampaikan pesan komunikasi politik, tetapi tidak tampil secara langsung di ruang publik. Mereka bekerja di balik layar dalam membentuk narasi, citra, dan persepsi terhadap aktor politik. Peran ini sering kali tidak terlihat secara formal, namun memiliki pengaruh signifikan dalam proses komunikasi politik. Dalam konteks penelitian ini, komunikator terselubung adalah tim media yang mengelola komunikasi Walikota Blitar.

b. Tim Media Informal

Tim media informal adalah kelompok individu yang bertugas mengelola konten komunikasi politik, baik dalam bentuk teks, visual, maupun audiovisual, namun tidak selalu memiliki posisi struktural resmi dalam pemerintahan. Tim ini bekerja secara fleksibel dan adaptif dalam menyesuaikan strategi komunikasi dengan dinamika media sosial. Mereka berperan dalam merancang pesan, mengatur publikasi, serta membangun citra pemimpin di ruang digital. Dalam penelitian ini, tim media informal merujuk pada tim yang mengelola media sosial Walikota Blitar.

c. Komunikasi Politik

Komunikasi politik merupakan salah satu bidang penting dalam ilmu komunikasi yang berfokus pada proses penyampaian pesan politik dari aktor kepada publik melalui berbagai saluran media.⁵ Nimmo (2020) mendefinisikan komunikasi politik sebagai “proses interaksi simbolik yang melibatkan pesan-pesan yang bernilai politik dalam konteks sistem sosial tertentu”. Dengan kata lain komunikasi politik bukan hanya berbicara tentang penyampaian pesan oleh elite politik, tetapi juga mencakup

⁵ Muhamad Latip Kahpi, Ali Syahbana Siregar, and Romadhon Sahru, “Dinamika Komunikasi Politik Islam: Narasi Dan Dampak Dalam Konteks Politik Kontemporer,” *Hikmah* 18, no. 1 (2024): 1–130, <http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/aqidah-ta/article/view/5653>.

partisipasi masyarakat, peran media, serta dinamika arus informasi yang membentuk persepsi publik terhadap kekuasaan dan kebijakan.⁶ Dalam konteks demokrasi modern, komunikasi politik berfungsi sebagai sarana utama untuk membangun legitimasi dan akuntabilitas publik.

Menurut McNair (2021), komunikasi politik berperan dalam *transmission of political messages, mobilization of support, serta construction of political reality*.⁷ Artinya, politik tidak hanya berlangsung di ruang kebijakan, tetapi juga di ruang komunikasi, dimana citra, narasi, dan simbol memainkan peran kunci dalam memengaruhi opini publik. Komunikasi Politik di Indoensia berkembang seiring dengan kemajuan media massa dan media digital. Studi Widodo dan Kristiyono (2024) menunjukkan bahwa sejak 2004, komunikasi politik di Indonesia mengalami transformasi signifikan akibat media digital yang memungkinkan komunikasi dua arah antara politisi dan publik. Sementara itu Nurmansyah (2024) menambahkan bahwa media sosial kini menjadi “arena utama pertempuran wacana politik” yang seringkali tidak lagi bergantung pada logika fakta, tetapi pada daya tarik emosional dan popularitas narasi.

d. Manajemen

Manajemen merupakan serangkaian aktivitas yang dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu, melalui kontribusi optimal dari individu-individu berdasarkan tindakan yang telah direncanakan sebelumnya.⁸ Proses ini

⁶ Mirza Shahreza and Korry El - Yana, *Hakekat, Filsafat Dan Sejarah Komunikasi Politik* (Banten: Indigo Media, 2016), <https://doi.org/10.31227/osf.io/hmvrb>.

⁷ Supartinah, “Transformasi Komunikasi Politik : Analisis Partai Politik Baru Dalam Era Digital” 6, no. 2 (2024): 148–62, <https://doi.org/10.32699/resolusi.v6i2.5989>.

⁸ Khoirul Huda et al., “Studi Literatur Penerapan Konsep Dan Peran Manajemen Pada Organisasi,” *Jurnal Ilmu Multidisiplin* 4 (2024): 80–91.

mencakup pemahaman terhadap apa yang harus dilakukan, penentuan cara pelaksanaannya, serta evaluasi terhadap efektivitas dari setiap upaya yang dilakukan.. Selanjutnya perlu menetapkan dan memelihara pula suatu kondisi lingkungan yang memberikan responsi ekonomis, psikologis, sosial, politis, dan sumbangan-sumbangan teknis serta pengendaliannya. Manajemen berasal dari kata kerja *to manage* yang diartikan dengan mengendalikan, menangani atau mengelola. Pengertian manajemen dapat dijelaskan dengan berbagai cara, bergantung pada sudut pandang, keyakinan, serta pemahaman masing-masing ahli yang mendefinisikannya. Namun secara umum, manajemen diartikan sebagai proses mengelola suatu pekerjaan guna mencapai hasil yang diinginkan, dengan cara mengarahkan dan menggerakkan orang lain agar bekerja sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan.

F. Kajian Teori

1. Komunikasi Politik

Komunikasi politik merupakan proses penyampaian pesan dan informasi yang berkaitan dengan politik melalui berbagai media dan saluran komunikasi, dengan tujuan memengaruhi pandangan masyarakat, membentuk opini publik, serta memperoleh dukungan politik.⁹ Komunikasi politik juga mencakup interaksi antara politisi, partai politik, media massa, dan masyarakat yang bertujuan untuk membangun, mempertahankan, serta memperkuat kekuasaan politik.¹⁰

⁹ Andhika Purnama, “Gaya Komunikasi Politik Prabowo Subianto Dan Gibran Rakabuming Raka Pada Akun @Pinterpolitik (Perspektif Teori Dramaturgi Erving Goffman),” 2021, 167–86.

¹⁰ Shahreza and Yana, *Hakekat, Filsafat Dan Sejarah Komunikasi Politik*.

Menurut Jack Plano komunikasi politik merupakan proses penyebaran tindakan, makna, atau pesan yang berkaitan dengan fungsi suatu sistem, yang di dalamnya melibatkan unsur-unsur komunikasi seperti komunikator, pesan, dan elemen lainnya.¹¹ Menurut Pippa Norris, komunikasi politik merupakan proses interaksi dalam pertukaran informasi antara politisi, media, dan masyarakat. Proses ini berlangsung secara vertikal dari lembaga pemerintahan kepada warga, secara horizontal antaraktor politik, serta secara ke atas dari opini publik menuju pusat kekuasaan.¹² Menurut Harold Lasswell komunikasi politik merupakan suatu proses kompleks yang mencakup pengiriman pesan – pesan politik dari berbagai pihak kepada masyarakat dengan tujuan memengaruhi pandangan, tindakan, dan keputusan politik. Melalui komunikasi politiklah sebuah sistem politik dapat berjalan dengan baik atau sebaliknya.¹³

Ada beberapa fungsi dasar dari komunikasi politik yang disebutkan oleh McNair di antaranya:

1. Memberikan informasi kepada masyarakat apa yang terjadi di sekitarnya. Di sini media komunikasi memiliki fungsi pengamatan dan juga fungsi monitoring apa yang terjadi dalam masyarakat.
2. Sebagai saluran advokasi yang bisa membantu agar kebijakan dan program-program lembaga politik dapat disalurkan kepada media massa.

¹¹ Ibid hlm 12

¹² Yehezkiel Andreas Makarawung, Yulianti Fajar Wulandari, and Sultan Himawan, “Analisis Konten TikTok Dalam Komunikasi Politik Capres-Cawapres Di Pemilu 2024 Untuk Generasi Z,” *Brand Communication* 3, no. 4 (2024): 320–36, <https://doi.org/10.70704/bc.v3i4.315>.

¹³ Piers Andreas Noak, “Political Clientelism in Rural Areas: Understanding the Impact on Regional Head Elections in Indonesia,” *Journal of Ecohumanism*, 2024, <https://doi.org/10.62754/joe.v3i7.4517>.

3. Memberikan motivasi kepada politisi, fungsionaris, dan para pendukung partai.
4. Menjadi platform yang bisa menampung ide-ide masyarakat sehingga menjadi bahan pembicaraan dalam bentuk opini publik.
5. Mendidik masyarakat dengan memberi informasi dan sosialisasi tentang cara-cara pemilihan umum dan penggunaan hak mereka sebagai pemberi suara.
6. Menjadi hiburan masyarakat sebagai pesta demokrasi dengan menampilkan para juru kampanye, artis, dan para komentator atau pengamat politik.
7. Memupuk integrasi dengan mempertinggi rasa kebangsaan guna menghindari konflik dan ancaman berupa tindakan separatis yang mengancam persatuan nasional.
8. Menciptakan iklim perubahan dengan menggunakan struktur kekuasaan melalui informasi untuk mencari dukungan masyarakat luas terhadap gerakan reformasi dan demokratisasi.
9. Meningkatkan aktivitas politik masyarakat melalui siaran berita dan komentar-komentar politik.
10. Berfungsi sebagai watchdog atau pengawas dalam mendorong terwujudnya tata kelola pemerintahan yang transparan dan akuntabel. Komunikasi politik memiliki peran yang sangat penting dalam membangun citra politik yang positif di mata masyarakat, membentuk opini publik, serta berperan dalam proses pemilihan umum untuk memengaruhi kebijakan publik dalam berbagai aspek kehidupan berbangsa dan bernegara.

2. Manajemen Produksi

Manajemen produksi adalah aktivitas yang berfokus pada pengaturan dan koordinasi berbagai sumber daya, seperti tenaga kerja, peralatan, dana, serta bahan, secara efektif dan efisien guna menghasilkan serta meningkatkan nilai guna (*utility*) suatu barang maupun jasa.¹⁴

Manajemen produksi dapat dipahami sebagai proses pemanfaatan berbagai sumber daya melalui fungsi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, serta pengawasan atau evaluasi guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dalam praktiknya, manajemen produksi mengenal tiga jenjang manajerial, yaitu manajer tingkat bawah, menengah, dan atas. Peter K. Pringle dan Michael F. Starr mengembangkan kerangka teori yang menjadi acuan penting dalam memahami manajemen produksi. Teori ini memberikan panduan tentang bagaimana proses produksi dapat dikelola secara efektif melalui empat fungsi utama : perencanaan (*Planning*), Pengorganisasi (*Organizing*), Pelaksanaan (*Actuating*), dan Pengawasan (*Controlling*).¹⁵ Fungsi ini saling terkait dan menjadi dasar bagi keberhasilan setiap program media.

Manajemen produksi konten merupakan suatu proses atau tahapan untuk mengawali suatu proses pembuatan konten, dimana didalam proses ini para pembuat konten akan merancang suatu ide agar bisa direalisasikan menjadi sebuah karya konten¹⁶. Manajemen produksi konten memiliki perbedaan dengan manajemen produksi pada umumnya, karena di dalamnya

¹⁴ Sofjan Assauri, *Manajemen Produksi Dan Operasi* (Jakarta, 2008).

¹⁵ Achmad Rohman Ramadhan and Awang Dharmawan, “Manajemen Produksi Konten Instagram @Dbbsub Saat Event Kfc Dbl East Java Series 2022 Oleh Pt. Dbl Indonesia Dalam Membangun Citra Sportainment” 7, no. 3 (2023): 34–47.

¹⁶ Hadi Purnama, “Proses Produksi Video Channel Youtube #Saaenih - Andhika Wipra (Episode Susu Kental Manis Dijadiin Pomade – Emergency Pomade #4 Jangan Ditiru,” 2017.

terdapat perpaduan antara unsur seni dan teknologi. Oleh karena itu, proses pembuatan konten memerlukan pengelolaan yang terstruktur. Dalam manajemen dikenal konsep POAC (*Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling*) yang mencakup kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, serta pengawasan. Dalam praktik produksi konten, khususnya video, terdapat beberapa tahapan yang harus dilalui dan tidak sekadar melakukan perekaman. Proses tersebut menurut Harbert Zetl meliputi tiga tahap utama, yaitu pra produksi, produksi, dan pasca produksi.¹⁷

3. Dramaturgi

Dramaturgis merupakan pandangan tentang kehidupan sosial sebagai serentetan pertunjukan drama dalam sebuah pentas.¹⁸ Istilah Dramaturgi kental dengan pengaruh drama atau teater atau pertunjukan fiksi diatas panggung dimana seorang aktor memainkan karakter manusia-manusia yang lain sehingga penonton dapat memperoleh gambaran kehidupan dari tokoh tersebut dan mampu mengikuti alur cerita dari drama yang disajikan. Pernyataan tersebut disampaikan oleh Goffman tentang teori dramaturgis dalam buku *Presentation of Self in Everyday Life*. Goffman mengasumsikan bahwa ketika orang-orang berinteraksi, mereka ingin menyajikan suatu gambaran diri yang akan diterima orang lain. Ia menyebut upaya itu sebagai “pengelolaan pesan” (*impression management*), yaitu teknik-teknik yang digunakan aktor untuk memupuk kesan-kesan tertentu dalam situasi tertentu

¹⁷ Purnama.

¹⁸ Anton Sulaiman and Rifqi Fauzi, “DRAMATURGI KOMUNIKASI POLITIK WALI KOTA CIREBON DALAM MENGELOLA CITRA DAN KEPEMIMPINAN DI RUANG PUBLIK Anton” 3 (2022): 91–103.

untuk mencapai tujuan tertentu.¹⁹ Dalam perspektif dramaturgis, kehidupan ini ibarat teater, interaksi sosial yang mirip dengan pertunjukan di atas panggung, yang menampilkan peran-peran yang dimainkan para aktor. Untuk memainkan peran tersebut, biasanya sang aktor menggunakan bahasa verbal dan menampilkan perilaku nonverbal tertentu serta mengenakan atribut-atribut tertentu, misalnya kendaraan, pakaian dan asesoris lainnya yang sesuai dengan perannya dalam situasi tertentu. Aktor harus memusatkan pikiran agar dia tidak keseleo-lidah, menjaga kendali diri, melakukan gerak-gerik, menjaga nada suara dan mengekspresikan wajah yang sesuai dengan situasi. Dramaturgi terdiri dari front stage (panggung depan) dan back stage (panggung belakang).²⁰ front stage yaitu bagian pertunjukan yang berfungsi mendefinisikan situasi penyaksi pertunjukan, wilayah depan merujuk kepada peristiwa sosial yang menunjukkan bahwa individu bergaya atau menampilkan peran formalnya. Mereka sedang memainkan perannya di atas panggung sandiwara di hadapan khalayak penonton. Sebaliknya wilayah belakang merujuk kepada tempat dan peristiwa yang memungkinkannya mempersiapkan perannya di wilayah depan. Wilayah depan ibarat panggung sandiwara bagian depan (*front stage*) yang ditonton khalayak penonton. Back stage (panggung belakang) yaitu, wilayah belakang ibarat panggung sandiwara bagian belakang (*back stage*) atau kamar rias tempat pemain sandiwara bersantai, mempersiapkan diri, atau berlatih untuk memainkan perannya di panggung depan. ruang dimana disitulah berjalan skenario

¹⁹ Made Ika et al., "PENERAPAN TEORI DRAMATURGI DALAM CITRA DIRI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (Studi Kasus Mahasiswa UHN I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar)" 8, no. 3 (2025).

²⁰ Yeni Fransiska, "DRAMATURGI DALAM PENGGUNAAN SECOND ACCOUNT DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (Studi Pada Paguyuban Ikatan Mahasiswa Labuhanbatu)" 12, no. April (2023): 64–74.

pertunjukan oleh “tim” (masyarakat rahasia yang mengatur pementasan masing-masing aktor).

4. Agenda Setting

Teori Agenda Setting berargumen bahwa terdapat korelasi kuat antara masalah yang dianggap penting oleh media dan masalah yang dianggap penting oleh masyarakat.²¹ Ketika media memberi perhatian besar pada suatu isu, masyarakat cenderung menganggap isu tersebut penting. Ini bukan berarti media secara langsung memberitahu masyarakat apa yang harus dipikirkan, tetapi lebih pada aspek apa yang harus mereka pikirkan. Menurut Donald Shaw dan Maxwell McComb berasumsi bahwa media memiliki kekuatan mentransfer isu untuk mempengaruhi bahkan membentuk pola pikir audience yang terkena terpaan informasi.²² Agenda setting muncul akibat pers harus selektif dalam melaporkan berita. Media berperan menentukan isu-isu yang dianggap penting dan kemudian menentukan pula bagian mana dari isu-isu yang dianggap penting tersebut dianggap penting untuk disampaikan kepada masyarakat. Dalam agenda setting terdapat tiga bagian terkait secara linier yaitu pembentukan agenda oleh media, pembentukan agenda publik akibat dari agenda media, dan yang terakhir adalah perumusan kebijakan yang dipengaruhi oleh agenda tersebut.²³

5. Gatekeeping

²¹ Fazarani Hasnan Afisah et al., “Journal of Indonesian Social Studies Education Agenda Setting Platform Aniesbubble Dalam Mempengaruhi Opini Publik Pada Pemilihan Presiden 2024” 3, no. 1 (2025): 47–53.

²² Hadi Surantio and Nurhasanah, “Agenda Setting Dan Peranan Pers,” *Jurnal Pendidikan Dan Konseling* 4 (2022): 6680–86.

²³ Fathiya Khoirunisa, “Optimalisasi Media Sosial Dalam Diseminasi Informasi Publik : Studi Kasus Humas Digital KSOP Kelas IV Muara Angke” 4, no. 5 (2025): 1256–64.

Teori Gatekeeping secara garis besar membahas mengenai kontrol dalam sebuah informasi dengan filter melalui sebuah gate atau pagar. Proses gatekeeping merupakan pusat dari peran media dalam pola hidup modern, dimana orang-orang bergantung secara penuh kepada media untuk memperoleh informasi mengenai segala macam peristiwa yang terjadi di dunia²⁴. Perkembangan teori gatekeeping menuju komunikasi dan jurnalisme dilakukan oleh murid dari Lewin yang bernama David Manning White. Temuannya menyimpulkan bahwa editor dalam suatu surat kabar sering kali terlalu subjektif dalam mengendalikan berita yang masuk dan keluar, serta mengemukakan adanya proses kompleks dalam gatekeeping jurnalistik²⁵. Banyak faktor yang mempengaruhi proses gatekeeping, seperti rutinitas sebuah media dalam mengendalikan deadline dan waktu kerja, pengaruh organisasi pada redaksi, institusi sosial seperti pemerintahan dan pengiklan, dan sistem sosial ekonomi politik.

6. Framing

Framing adalah cara mengelola makna dengan menggunakan Bahasa, maksudnya yaitu framing menekankan satu atau beberapa aspek dari pemilihan topik dan mengabaikan aspek lainnya.²⁶ Berdasarkan definisi dapat disimpulkan bahwa framing dapat mempengaruhi pengambilan keputusan para pengambil keputusan karena cara-cara yang digunakan untuk

²⁴ Shania Shaufa and Thalitha Sacharissa Rosyidiani, "Gatekeeping Inews.Id Dalam Pemberitaan Tentang Pembatasan Ibadah Di Masjid Akibat Pandemi Covid-19," *Jurnal Kajian Dan Terapan Media, Bahasa, Komunikasi* 2, no. 2 (2021): 100–107.

²⁵ Vivi Hilliyanti, "ANALISIS PROSES GATEKEEPING PADA PEMBERITAAN AKUN MEDIA SOSIAL FACEBOOK TUNTEJANG," 2022, 15.

²⁶ Totok Wahyu Abadi, "Analisis Framing Pemberitaan Slogan " Slepét " Calon Wakil Presiden Muhaimin Iskandar Di Media Online Detik . Com Dan" 10, no. 1 (2025): 162–78.

mengkomunikasikan dan mengelola makna dari suatu informasi yang berbeda.

Konsep analisis framing pertama kali diperkenalkan oleh Erving Goffman (1974) yang mana melalui buku yang berjudul “Frame Analysis : An Essay on The Organization of Experience”. Disampaikan bahwa Analisis framing ini didefinisikan sebagai analisis yang membahas sebuah situasi berdasarkan prinsip-prinsip organisasi yang mendefinisikan peristiwa dan keterlibatan subjektif kita terhadap peristiwa tersebut.²⁷ Robert N. Entman adalah salah satu analisis framing yang meletakkan dasar analisis. Framing digunakan untuk menjelaskan proses seleksi dan penekanan aspek-aspek tertentu dari realitas.²⁸ Penonjolan merupakan proses yang digunakan untuk membuat informasi menjadi lebih bermakna dan mudah diingat oleh banyak orang. Sebuah realitas yang disajikan secara menonjol akan lebih mudah diperhatikan dan mempengaruhi pemahaman khalayak terhadap realitas

7. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan suatu tolak ukur dalam menentukan referensi yang relevan untuk melakukan penelitian sebagai bahan pendukung. Dalam penelitian terdahulu, peneliti menemukan referensi yang memiliki kesamaan dan perbedaan dengan penelitian saat ini. Penelitian tersebut dijadikan menjadi dasar bagi peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini. Berikut adalah penelitian terdahulu sebagai berikut:

²⁷ Muhammad Nabil Hafidli et al., “ANALISIS FRAMING MODEL ROBERT ENTMAN TENTANG KASUS” 3, no. 1 (2023): 178–83.

²⁸ Ismoko Widyaya and Wiji Setiawan, “Analisis Framing Model Robert N. Entman Dalam Representasi Publik Figur Politik: Episode ‘Dosa-Dosa Anies’ Di Program ‘Kick Andy’ Metro Tv” 3, no. 1 (2024): 103–18.

1. Artikel jurnal penelitian yang ditulis oleh Ana Aulia, Nur Lailatul Fitri, Nurul Novitasari, dan Farhatin Masruroh pada tahun 2023 dengan judul *“Strategi Tim Media dalam Upaya Promosi Lembaga PAUD”*. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui strategi yang digunakan oleh tim media dalam mempromosikan lembaga pendidikan serta mengidentifikasi kendala yang dihadapi dalam proses promosi.²⁹

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan melibatkan tiga informan utama, yaitu kepala sekolah, wakil kepala sekolah, dan ketua divisi tim media. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi dilakukan melalui dua pendekatan, yaitu online dan offline. Strategi online mencakup perencanaan konten, pembuatan akun media sosial, produksi dan distribusi konten, serta evaluasi. Sementara itu, strategi offline dilakukan melalui kerja sama dengan berbagai instansi, kegiatan berbagi dengan masyarakat, menghadirkan figur berpengaruh, serta penguatan branding guru dan karya. Penelitian ini juga menemukan adanya kendala teknis seperti gangguan jaringan, keterlambatan produksi konten, serta keterbatasan kapasitas tim media.

Teori yang digunakan dalam penelitian terdahulu berfokus pada strategi promosi dan komunikasi pemasaran dalam konteks lembaga pendidikan, dengan penekanan pada pengelolaan media sebagai sarana peningkatan daya tarik institusi. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis terletak pada penggunaan pendekatan

²⁹ Aulia et al., “Strategi Tim Media Dalam Upaya Promosi Lembaga Paud.”

kualitatif serta fokus kajian pada aktivitas tim media dalam pengelolaan media, khususnya dalam produksi dan distribusi konten. Namun, terdapat perbedaan mendasar antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan penulis.

Perbedaan pertama terletak pada konteks dan tujuan penelitian. Penelitian terdahulu berfokus pada strategi promosi lembaga pendidikan anak usia dini yang bersifat institusional dan terbuka, sedangkan penelitian yang dilakukan penulis berfokus pada manajerial produksi dalam pembuatan konten . Perbedaan kedua terletak pada posisi dan karakter aktor yang diteliti. Dalam penelitian terdahulu, tim media merupakan bagian formal dari struktur lembaga yang memiliki fungsi jelas dalam promosi. Sementara itu, dalam penelitian penulis, tim media diposisikan sebagai aktor informal yang tidak selalu berada dalam struktur resmi pemerintahan, namun memiliki peran strategis sebagai komunikator terselubung dalam mengelola narasi politik. Perbedaan ketiga terletak pada pendekatan teoritik yang digunakan. Penelitian terdahulu menggunakan pendekatan strategi promosi dan komunikasi pemasaran, sedangkan penelitian penulis menggunakan teori manajemen produksi konten yang menekankan pada tahapan perencanaan, produksi, distribusi, dan evaluasi konten dalam mengelola komunikasi politik melalui media. Selain itu, perbedaan juga terlihat pada pendekatan metodologis.

Penelitian terdahulu menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang berfokus pada pemaparan strategi secara umum, sedangkan penelitian penulis menggunakan pendekatan yang bertujuan

untuk memahami secara mendalam praktik, makna, serta dinamika internal tim media dalam konteks komunikasi politik lokal. Dengan demikian, penelitian yang dilakukan penulis tidak hanya mengkaji strategi komunikasi, tetapi juga berupaya mengungkap peran tersembunyi aktor di balik layar dalam membentuk realitas politik, yang belum banyak dibahas dalam penelitian sebelumnya.

2. Artikel jurnal penelitian yang ditulis oleh Annabel Natasha Prameswari pada tahun 2025, dengan judul “Strategi Pengelolaan Media Sosial Instagram @pertamina.corpu sebagai Sarana Branding”. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk memahami strategi pengelolaan media sosial Instagram dalam membangun citra serta memperkuat branding Pertamina Corporate University sebagai institusi pendidikan korporat.³⁰ Teknik pengumpulan data dilakukan melalui tahapan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian yang didapat bahwa strategi pengelolaan media sosial dilakukan secara terstruktur dengan menggunakan pendekatan SOSTAC yang meliputi perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi konten. Pengelolaan ini berkontribusi dalam meningkatkan brand awareness serta memperkuat citra lembaga melalui pemanfaatan platform digital Instagram sebagai media komunikasi publik.

Teori yang diterapkan pada artikel jurnal penelitian terdahulu adalah teori komunikasi dan manajemen media sosial yang menekankan

³⁰ Prameswari, “Strategi Pengelolaan Media Sosial Instagram @ Pertamina . Corpu Sebagai Sarana Branding.”

pada strategi perencanaan komunikasi serta pengelolaan konten digital. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan penulis keduanya sama – sama mengkaji pengelolaan media sosial sebagai sarana komunikasi dan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan perbedaannya terdapat pada ruang lingkup penelitian yang mengacu pada subjek penelitian. Subjek penelitian terdahulu berfokus pada pengelolaan media sosial Instagram dalam konteks lembaga korporat, yaitu Pertamina Corporate University. Sedangkan subjek penelitian yang dilakukan penulis adalah tim media Walikota Blitar yang bersifat informal dalam konteks komunikasi politik lokal. Perbedaan selanjutnya terletak pada objek penelitian. Penelitian terdahulu berfokus pada strategi pengelolaan media sosial untuk kepentingan branding institusi, sedangkan penelitian yang dilakukan penulis lebih menitikberatkan pada peran tim media sebagai komunikator terselubung dalam membentuk citra politik kepala daerah. Selain itu, terdapat perbedaan pada pendekatan teori yang digunakan, dimana penelitian terdahulu menggunakan pendekatan manajemen komunikasi, sedangkan penelitian penulis menggunakan teori dramaturgi yang menekankan pada peran front stage dan back stage dalam praktik komunikasi politik.

3. Artikel jurnal penelitian yang ditulis oleh Ahmad Furqon pada tahun 2023 dengan judul “Strategi Kreasi Konten Instagram oleh Tim Media Sosial Humas DPRD Kabupaten Bandung (Studi Deskriptif Humas DPRD Kabupaten Bandung dalam Penyampaian Informasi Publik)”. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan

deskriptif kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk memahami strategi kreasi konten yang dilakukan oleh tim media sosial Humas DPRD Kabupaten Bandung dalam menyampaikan informasi publik melalui media sosial Instagram.³¹ Teknik pengumpulan data dilakukan melalui tahapan wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Berdasarkan hasil penelitian yang didapat bahwa tim media sosial Humas DPRD Kabupaten Bandung menerapkan strategi kreasi konten sebagai upaya dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat secara efektif. Strategi tersebut dilakukan dengan memanfaatkan media sosial Instagram sebagai sarana komunikasi publik, serta mengelola konten agar dapat menarik perhatian audiens dan mempermudah penyampaian informasi lembaga kepada masyarakat. Teori yang diterapkan pada artikel jurnal penelitian terdahulu adalah teori komunikasi dan kehumasan yang menekankan pada pengelolaan pesan serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana penyampaian informasi publik. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan penulis keduanya sama – sama mengkaji pengelolaan media sosial dan aktivitas tim media dalam menyampaikan pesan kepada publik, serta menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan perbedaanya terdapat pada ruang lingkup penelitian yang mengacu pada subjek penelitian. Subjek penelitian terdahulu berfokus pada Humas DPRD Kabupaten Bandung yang merupakan bagian dari struktur formal

³¹ Ahmad Furqon, “Strategi Kreasi Konten Instagram Oleh Tim Media Sosial Humas DPRD Kabupaten Bandung (Studi Deskriptif Humas DPRD Kabupaten Bandung Dalam Penyampaian Informasi Publik)” 7 (2023): 26341–50.

lembaga pemerintahan. Sedangkan subjek penelitian yang dilakukan penulis adalah tim media Walikota Blitar yang bersifat informal dan tidak sepenuhnya berada dalam struktur resmi pemerintahan. Perbedaan selanjutnya terletak pada objek penelitian. Penelitian terdahulu berfokus pada strategi kreasi konten dalam penyampaian informasi publik melalui media sosial Instagram, sedangkan penelitian yang dilakukan penulis lebih menitikberatkan pada peran tim media sebagai komunikator terselubung dalam membangun citra politik kepala daerah. Selain itu, terdapat perbedaan pada pendekatan teori yang digunakan, dimana penelitian terdahulu menggunakan pendekatan komunikasi kehumasan, sedangkan penelitian penulis menggunakan teori dramaturgi yang menekankan pada konsep front stage dan back stage dalam praktik komunikasi politik lokal.

4. Artikel jurnal penelitian yang ditulis oleh Firyal Alfairuz Sabyla dan Hadiyanto pada tahun 2025, dengan judul “Strategi Perencanaan Konten dalam Manajemen Media Sosial Instagram Klien @bikinwebsite.co di PT Lopokopi Digital Shankara”. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk memahami proses penyusunan perencanaan konten serta strategi yang digunakan dalam meningkatkan brand awareness melalui media sosial Instagram. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui tahapan wawancara kepada CEO, Growth Specialist, dan Head of Social Media serta didukung dengan observasi dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian yang didapat bahwa strategi perencanaan konten dilakukan secara sistematis dengan mempertimbangkan kebutuhan klien,

target audiens, serta tren media sosial. Konten yang dihasilkan berfokus pada konten edukatif dan interaktif yang mampu meningkatkan engagement serta memperkuat identitas merek klien.³²

Teori yang diterapkan pada artikel jurnal penelitian terdahulu adalah teori manajemen produksi media dengan pendekatan POAC (Planning, Organizing, Actuating, Controlling). Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan penulis keduanya sama – sama mengkaji pengelolaan media sosial serta strategi produksi konten, dan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data wawancara, observasi dan dokumentasi. Sedangkan perbedaannya terdapat pada ruang lingkup penelitian yang mengacu pada subjek penelitian. Subjek penelitian terdahulu berfokus pada perusahaan agensi digital, yaitu PT Lopokopi Digital Shankara dalam mengelola media sosial klien. Sedangkan subjek penelitian yang dilakukan penulis adalah tim media Walikota Blitar yang bersifat informal dalam konteks komunikasi politik lokal. Perbedaan selanjutnya terletak pada objek penelitian. Penelitian terdahulu berfokus pada strategi perencanaan konten untuk kepentingan digital marketing dan branding klien, sedangkan penelitian yang dilakukan penulis lebih menitikberatkan pada peran tim media sebagai komunikator terselubung dalam membangun citra politik kepala daerah. Selain itu, terdapat persamaannya pada pendekatan teori yang digunakan, dimana penelitian terdahulu dan penulis menggunakan teori manajemen produksi konten (POAC).

³² Firyal Alfairuz Sabylla et al., “Strategi Perencanaan Konten Dalam Manajemen Media Sosial Instagram Klien @bikinwebsite.Co Di PT Lopokopi Digital Shankara” 14, no. 2 (2025): 74.

5. Artikel jurnal penelitian yang ditulis oleh Adityo Aprianto dan Makroen Sanjaya pada tahun 2025 dengan judul “Strategi Manajemen Media dalam Distribusi Konten di Era Penyiaran Digital (Studi Kasus pada TVMu)”. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana strategi manajemen media diformulasikan, dipilih, diimplementasikan, serta dievaluasi dalam meningkatkan relevansi dan jangkauan siaran di era digital. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui tahapan observasi dan wawancara mendalam dengan informan terkait.

Berdasarkan hasil penelitian yang didapat bahwa strategi utama yang diterapkan adalah distribusi konten multiplatform, dengan memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi dan interaksi, serta website sebagai media tambahan untuk live streaming dan penyediaan informasi. Selain itu, monitoring dan evaluasi dilakukan secara berkala untuk menyesuaikan strategi dengan tren digital dan kebutuhan audiens. Teori yang diterapkan pada artikel jurnal penelitian terdahulu adalah teori strategi manajemen media yang mencakup formulasi strategi, pemilihan strategi, implementasi, serta monitoring dan evaluasi. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan penulis keduanya sama – sama mengkaji pengelolaan media dalam menghadapi perkembangan media digital, serta menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data wawancara dan observasi.

Sedangkan perbedaanya terdapat pada ruang lingkup penelitian yang mengacu pada subjek penelitian. Subjek penelitian terdahulu

berfokus pada lembaga penyiaran televisi, yaitu TVMu, yang bergerak dalam bidang media dakwah dan penyiaran digital. Sedangkan subjek penelitian yang dilakukan penulis adalah tim media Walikota Blitar yang bersifat informal dalam konteks komunikasi politik lokal. Perbedaan selanjutnya terletak pada objek penelitian. Penelitian terdahulu berfokus pada strategi distribusi konten multiplatform untuk meningkatkan jangkauan siaran media, sedangkan penelitian yang dilakukan penulis lebih menitikberatkan pada peran tim media sebagai komunikator terselubung dalam membangun citra politik kepala daerah. Selain itu, terdapat perbedaan pada pendekatan teori yang digunakan, dimana penelitian terdahulu menggunakan teori manajemen media, sedangkan penelitian penulis menggunakan teori manajemen produksi konten yang menekankan .

6. Artikel jurnal penelitian yang ditulis oleh Aidil Haris pada tahun 2022 dengan judul "*Strategi Komunikasi Politik Interaktif di Era Virtualitas*". Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan riset subjektif. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana strategi komunikasi politik interaktif dilakukan di tengah perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang semakin pesat di era virtualitas. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui tahapan wawancara dengan informan yang memahami perubahan komunikasi politik di era digital. Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman.³³

³³ Aidil Haris, "STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK INTERAKTIF DI ERA VIRTUALITAS," *Publik Reform*, no. 1 (2022): 34–44.

Berdasarkan hasil penelitian yang didapat bahwa strategi komunikasi politik interaktif dilakukan melalui pemanfaatan media sosial dengan konten yang kreatif, massif, sistematis, dan provokatif. Media sosial seperti YouTube, TikTok, Instagram, dan platform lainnya menjadi sarana utama dalam membangun komunikasi politik yang lebih interaktif dibandingkan media massa konvensional. Teori yang diterapkan pada artikel jurnal penelitian terdahulu adalah teori komunikasi politik yang berfokus pada interaktivitas di era virtualitas. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan penulis keduanya sama – sama menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data wawancara. Sedangkan perbedaannya terdapat pada ruang lingkup penelitian yang mengacu pada subjek penelitian. Subjek penelitian terdahulu bersifat umum, yaitu aktor komunikasi politik di era virtualitas tanpa menyoroti struktur atau tim tertentu secara spesifik. Sedangkan subjek penelitian yang dilakukan penulis adalah tim media Walikota Blitar yang bersifat informal dan memiliki peran khusus dalam komunikasi politik lokal. Perbedaan selanjutnya terletak pada objek penelitian. Penelitian terdahulu berfokus pada strategi komunikasi politik interaktif melalui media sosial secara umum, sedangkan penelitian yang dilakukan penulis lebih menitikberatkan pada peran tim media sebagai komunikator terselubung dalam membentuk citra politik kepala daerah. Selain itu terdapat perbedaan pada pendekatan teori yang digunakan, dimana penelitian terdahulu menggunakan pendekatan komunikasi politik digital, sedangkan penelitian penulis menggunakan teori manajemen produksi konten yang menekankan pada pengelolaan

konten secara sistematis dalam membangun komunikasi politik melalui media digital.

7. Skripsi penelitian yang ditulis oleh Retno Isnawati pada tahun 2025 dengan judul “Strategi Komunikasi Politik Pemenangan Walikota Blitar Syauqul Muhibbin”. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana strategi komunikasi politik yang diterapkan dalam proses pemenangan Walikota Blitar Syauqul Muhibbin pada pemilihan kepala daerah tahun 2024. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, dokumentasi, serta studi data sekunder dari penelitian terdahulu.³⁴

Berdasarkan hasil penelitian yang didapat bahwa strategi komunikasi politik dilakukan dalam beberapa tahapan, yaitu sebelum pemilu, saat menjalankan kekuasaan, mempertahankan kekuasaan, serta dalam mengkritisi kekuasaan. Selain itu, bentuk komunikasi politik yang digunakan meliputi retorika, kampanye politik, public relation, lobi politik, serta pemanfaatan media massa seperti Instagram dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat. Teori yang diterapkan pada penelitian terdahulu adalah teori dimensi strategi politik serta bentuk-bentuk komunikasi politik dari Mirza Shahreza. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan penulis keduanya sama – sama menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data wawancara dan dokumentasi. Sedangkan

³⁴ Retno Isnawati, “Strategi Komunikasi Politik Pemenangan Walikota Blitar Syauqul Muhibbin,” 2025, 78.

perbedaannya terdapat pada ruang lingkup penelitian yang mengacu pada subjek penelitian. Subjek penelitian terdahulu berfokus pada Walikota Blitar Syauqul Muhibbin beserta tim sukses dalam konteks pemenangan politik. Sedangkan subjek penelitian yang dilakukan penulis adalah tim media Walikota Blitar yang bersifat informal dan tidak sepenuhnya berada dalam struktur resmi maupun tim kampanye formal. Perbedaan selanjutnya terletak pada objek penelitian.

Penelitian terdahulu berfokus pada strategi komunikasi politik dalam konteks pemenangan pemilu kepala daerah, sedangkan penelitian yang dilakukan penulis lebih menitikberatkan pada peran tim media sebagai komunikator terselubung dalam pengelolaan media sosial. Selain itu, terdapat perbedaan pada pendekatan teori yang digunakan, dimana penelitian terdahulu menggunakan teori strategi politik dan bentuk komunikasi politik, sedangkan penelitian penulis menggunakan teori manajemen produksi konten yang menekankan pada pengelolaan konten secara sistematis dalam membangun komunikasi politik melalui media digital. Selain itu, penelitian yang dilakukan penulis tidak berfokus pada momentum pemilihan kepala daerah, melainkan pada proses pengelolaan produksi konten tim media.

8. Skripsi yang ditulis oleh Muhammad Zakariya Anshor pada tahun 2025, dengan judul “Strategi Pengelolaan Informasi Pemerintah di Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik (Diskominfo) Kota Blitar”. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana strategi pengelolaan informasi pemerintah dalam

menyampaikan informasi kepada masyarakat melalui berbagai media komunikasi. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Berdasarkan hasil penelitian Diskominfo Kota Blitar menerapkan strategi pengelolaan informasi melalui berbagai saluran seperti media sosial, website, layanan informasi publik, serta kerja sama dengan media cetak dan online. Strategi ini didukung oleh sumber daya manusia, infrastruktur teknologi, serta kolaborasi dengan berbagai pihak, meskipun masih terdapat hambatan seperti keterbatasan SDM, tuntutan kecepatan informasi, dan adaptasi terhadap media digital baru.³⁵

Teori yang diterapkan pada penelitian terdahulu adalah teori Sistem Informasi Manajemen (SIM) dan Organizational Information Theory yang menekankan pada alur, struktur, serta kolaborasi dalam pengelolaan informasi. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah keduanya sama-sama mengkaji pengelolaan komunikasi dan informasi di lingkungan pemerintahan, serta menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data wawancara, observasi, dan dokumentasi. Sedangkan perbedaannya terletak pada ruang lingkup dan pendekatan analisis penelitian. Subjek penelitian terdahulu berfokus pada lembaga formal pemerintah, yaitu Diskominfo Kota Blitar sebagai institusi resmi dalam pengelolaan informasi publik. Sementara itu, subjek penelitian

³⁵ Muhammad Zakariya Anshor, "Strategi Pengelolaan Informasi Pemerintah Di Dinas Komunikasi, Informatika Dan Statistik (Diskominfo) Kota Blitar," 2025, 34–112.

yang dilakukan penulis adalah tim media Walikota Blitar yang bersifat informal dan tidak sepenuhnya berada dalam struktur birokrasi pemerintahan. Perbedaan selanjutnya terletak pada objek penelitian.

Penelitian terdahulu berfokus pada strategi pengelolaan informasi pemerintah secara kelembagaan, sedangkan penelitian yang dilakukan penulis lebih menitikberatkan pada manajemen produksi konten yang dilakukan oleh tim media informal. Dalam penelitian ini, fokus diarahkan pada bagaimana struktur, peran, dan budaya komunikasi tim media dalam proses produksi konten, bagaimana relasi tim media dengan media mainstream dan netizen, serta bagaimana proses produksi konten tersebut digunakan untuk membentuk citra kepemimpinan Walikota. Selain itu, terdapat perbedaan pada pendekatan teori yang digunakan. Penelitian terdahulu menggunakan teori sistem informasi dan organisasi, sedangkan penelitian yang dilakukan penulis menggunakan pendekatan manajemen produksi konten yang menekankan pada tahapan perencanaan, produksi, dan distribusi konten sebagai strategi komunikasi politik. Dengan demikian, penelitian terdahulu lebih menekankan pada aspek kelembagaan dan sistem pengelolaan informasi yang bersifat formal dan terstruktur, sedangkan penelitian yang dilakukan penulis lebih menyoroti dinamika produksi konten oleh tim media informal yang bersifat fleksibel, kolaboratif, dan strategis dalam membentuk citra kepemimpinan kepala daerah di ruang publik digital.

9. Skripsi yang ditulis oleh Nelsi Muliana dengan judul “Dramaturgi Sosial Media (Fenomena Oversharing di Sosial Media pada Mahasiswa Sosiologi Agama Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama)” tahun 2023.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan tujuan untuk memahami motif di balik perilaku oversharing di media sosial serta melihat perbedaan antara kehidupan nyata (back stage) dan representasi diri di media sosial (front stage) dalam perspektif dramaturgi. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan observasi terhadap informan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga motif utama dalam perilaku oversharing, yaitu kebutuhan akan relasi sosial seperti memperoleh like dan komentar, kebutuhan hiburan akibat rasa kesepian, serta keinginan untuk membangun citra diri yang ideal di media sosial. Selain itu, ditemukan adanya perbedaan yang cukup jelas antara kehidupan nyata dan citra yang ditampilkan di media sosial, dimana individu cenderung menampilkan versi diri yang lebih baik di ruang digital dibandingkan dengan realitas sehari-hari.³⁶

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori dramaturgi yang menekankan pada konsep front stage dan back stage dalam melihat bagaimana individu mengelola penampilan dirinya di ruang publik. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan penulis terletak pada penggunaan pendekatan kualitatif deskriptif serta upaya untuk memahami bagaimana pesan atau citra ditampilkan kepada publik. Namun demikian, terdapat perbedaan yang cukup mendasar. Dari segi subjek, penelitian terdahulu berfokus pada individu mahasiswa sebagai pengguna media sosial dalam konteks personal, sedangkan penelitian yang dilakukan penulis berfokus pada tim

³⁶ Nelsi Muliana, "DRAMATURGI SOSIAL MEDIA (Fenomena Oversharing Di Sosial Media Pada Mahasiswa Sosiologi Agama Fakultas Ushuluddin Dan Studi Agama)," 2023, 32–57.

media Walikota yang bersifat informal dalam konteks komunikasi politik. Perbedaan yang paling utama terletak pada fokus kajian. Penelitian terdahulu lebih menyoroti perilaku individu dalam menampilkan diri di media sosial, sedangkan penelitian yang dilakukan penulis menitikberatkan pada manajemen produksi konten oleh tim media informal. Dalam penelitian ini, analisis diarahkan pada bagaimana struktur, peran, dan budaya komunikasi tim media terbentuk, bagaimana relasi tim media dengan media mainstream dan netizen, serta bagaimana proses produksi konten digunakan untuk membangun citra kepemimpinan Walikota. Selain itu, meskipun sama-sama menggunakan konsep front stage dan back stage, penggunaannya berbeda. Pada penelitian terdahulu, konsep tersebut digunakan untuk melihat perbedaan antara kehidupan nyata dan representasi diri individu. Sementara itu, dalam penelitian penulis, konsep tersebut diposisikan sebagai pelengkap untuk memahami proses di balik layar dalam produksi konten, bukan sebagai teori utama. Fokus utama tetap pada bagaimana konten direncanakan, diproduksi, dan didistribusikan sebagai bagian dari strategi komunikasi politik. Dengan demikian, penelitian terdahulu lebih berorientasi pada aspek psikososial individu, sedangkan penelitian yang dilakukan penulis lebih menekankan pada proses yang bersifat kolektif, strategis, dan terorganisasi dalam produksi konten politik oleh tim media informal.

10. Skripsi yang ditulis oleh Muhammad Bahzah A. (44210621) pada tahun 2025 dengan judul “Manajemen Produksi Konten Berita pada Instagram @alineadotid”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif

deskriptif yang bertujuan untuk memahami bagaimana proses manajemen produksi konten berita pada media sosial Instagram, khususnya dalam menyajikan informasi yang informatif dan menarik secara visual bagi audiens digital. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan editor pelaksana dan media sosial specialist, observasi terhadap proses produksi konten, serta dokumentasi konten yang telah dipublikasikan. Penelitian ini menggunakan teori manajemen produksi konten dengan pendekatan POAC (Planning, Organizing, Actuating, Controlling) sebagai kerangka analisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses produksi konten dilakukan secara sistematis dan kolaboratif. Tahap perencanaan dilakukan melalui riset isu dan penentuan konsep visual, pengorganisasian melalui pembagian tugas yang jelas dalam tim, pelaksanaan difokuskan pada penyajian konten yang ringkas dan menarik secara visual, serta pengendalian dilakukan melalui evaluasi performa konten menggunakan metrik media sosial seperti interaksi dan jangkauan audiens.³⁷

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan penulis terletak pada penggunaan pendekatan kualitatif deskriptif serta penggunaan teori manajemen produksi konten sebagai kerangka analisis. Keduanya sama-sama mengkaji proses produksi konten, mulai dari perencanaan hingga evaluasi, serta melihat pentingnya kolaborasi tim dalam menghasilkan konten yang efektif di media digital. Namun demikian, terdapat perbedaan yang cukup mendasar. Perbedaan

³⁷ Muhammad Bahzah, "STRATEGI KREATIF PRODUKSI KONTEN BERITA PADA INSTAGRAM @ALINEADOTID," 2025, 7–25.

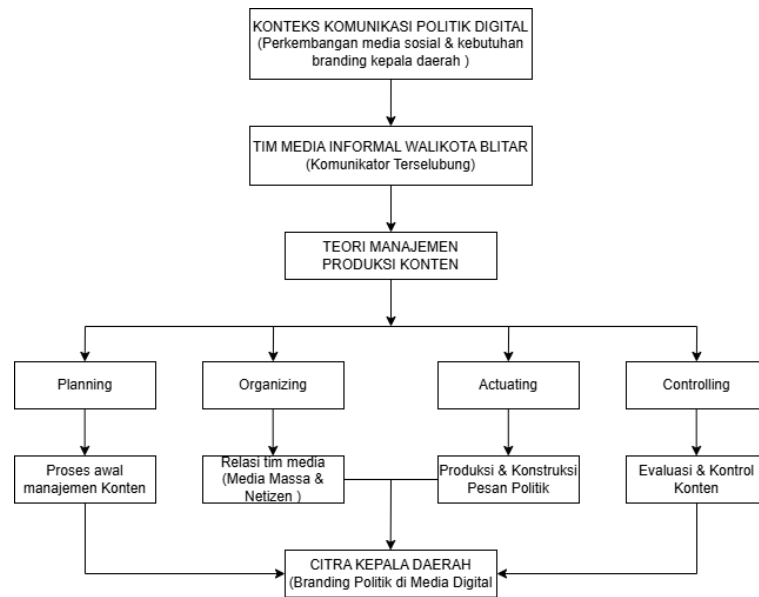
pertama terletak pada subjek penelitian. Penelitian terdahulu berfokus pada tim media profesional dalam institusi media digital, yaitu @alineadotid sebagai bagian dari perusahaan media, sedangkan penelitian yang dilakukan penulis berfokus pada tim media Walikota Blitar yang bersifat informal dan tidak sepenuhnya berada dalam struktur organisasi media profesional. Perbedaan selanjutnya terdapat pada objek kajian. Penelitian terdahulu menitikberatkan pada produksi konten berita sebagai produk jurnalistik, sedangkan penelitian yang dilakukan penulis lebih berfokus pada produksi konten sebagai strategi komunikasi politik, khususnya dalam membangun citra kepemimpinan Walikota. Selain itu penelitian terdahulu lebih menekankan pada efektivitas penyampaian informasi dan keterlibatan audiens, sementara penelitian yang dilakukan penulis mengembangkan analisis yang lebih luas, meliputi bagaimana struktur, peran, dan budaya komunikasi dalam tim media, bagaimana relasi dengan media mainstream dan netizen, serta bagaimana proses manajemen produksi konten digunakan secara strategis dalam membentuk persepsi publik terhadap kepala daerah. Dengan demikian, penelitian terdahulu memberikan gambaran mengenai praktik manajemen produksi konten dalam konteks media digital profesional, sedangkan penelitian yang dilakukan penulis memperluas kajian tersebut ke dalam konteks komunikasi politik lokal yang lebih dinamis, informal, dan sarat dengan kepentingan pencitraan.

8. Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir merupakan alur logika yang digunakan peneliti untuk menjelaskan hubungan antar konsep dalam penelitian. Kerangka ini

membantu memberikan gambaran sistematis mengenai bagaimana penelitian dilakukan serta bagaimana suatu fenomena dianalisis berdasarkan teori yang digunakan. Berdasarkan landasan teori yang telah dijelaskan sebelumnya, penelitian ini berfokus pada Komunikator Terselubung: Tim Media Informal dalam Politik Lokal di Kota Blitar. Dalam konteks komunikasi politik di era digital, keberadaan tim media informal menjadi aktor penting di balik layar yang berperan dalam mengelola, memproduksi, dan mendistribusikan pesan politik kepala daerah. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan media digital yang menuntut kepala daerah untuk membangun citra secara strategis melalui konten media sosial. Dalam proses tersebut, tim media informal tidak hanya berfungsi sebagai pelaksana teknis, tetapi juga sebagai pengelola komunikasi politik yang secara aktif mengonstruksi pesan dan realitas politik di ruang publik. Untuk menganalisis fenomena tersebut, penelitian ini menggunakan teori manajemen produksi konten dengan pendekatan POAC (Planning, Organizing, Actuating, Controlling). Teori ini digunakan untuk mengkaji bagaimana proses produksi konten dilakukan secara sistematis, mulai dari perencanaan hingga evaluasi, serta bagaimana proses tersebut berkontribusi dalam membentuk citra kepala daerah. Fokus penelitian ini diarahkan pada tiga aspek utama, yaitu: proses awal manajemen produksi konten, relasi tim media dengan media mainstream dan netizen, serta konstruksi pesan politik dalam membentuk citra kepala daerah. Ketiga aspek tersebut dianalisis dalam kerangka manajemen produksi konten untuk melihat bagaimana peran tim media informal sebagai komunikator terselubung bekerja secara strategis. Dengan demikian, kerangka berpikir penelitian ini menggambarkan hubungan antara konteks komunikasi politik

digital, peran tim media informal, penerapan teori manajemen produksi konten (POAC), serta hasil berupa konstruksi citra politik kepala daerah. Adapun alur kerangka berpikir dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. 1 Kerangka Pemikiran Penelitian

G. Metode Penelitian

1. Rancangan Penelitian

Penelitian mengenai “Hidden Communicator: Tim Media Informal dalam Politik Lokal di Kota Blitar” menggunakan metode kualitatif deskriptif. Pendekatan ini digunakan untuk mengkaji secara mendalam praktik komunikasi politik yang melibatkan proses produksi konten di balik layar oleh tim media dalam membentuk citra Walikota Blitar.

Penelitian dilaksanakan di Kota Blitar dengan fokus pada aktivitas tim media yang terlibat dalam produksi dan distribusi konten komunikasi politik. Pengumpulan data dilakukan pada 19 Januari hingga 1 Maret 2026. Dalam

penelitian ini, peneliti berperan sebagai instrumen utama yang secara langsung terlibat dalam proses pengumpulan dan analisis data di lapangan.

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik, yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap aktivitas tim media di lapangan, khususnya pada proses produksi konten, seperti pengambilan gambar, penyusunan narasi, serta interaksi antar anggota tim. Selain itu, observasi juga dilakukan pada akun media sosial yang dikelola tim media untuk melihat pola distribusi konten, jenis pesan yang disampaikan, serta respons audiens terhadap konten tersebut.

Wawancara dilakukan kepada empat informan yang telah ditentukan secara purposive, yaitu koordinator tim media, anggota tim media, Walikota Blitar, dan jurnalis lokal. Wawancara dilakukan secara langsung dengan menggunakan pedoman wawancara yang telah disusun sebelumnya. Proses wawancara difokuskan pada penggalian informasi terkait perencanaan konten, proses produksi, pembagian peran dalam tim, serta strategi komunikasi yang digunakan dalam membangun citra kepala daerah. Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan berbagai data pendukung berupa arsip konten media sosial Syauqul Muhibbin, foto kegiatan, video produksi konten, serta materi publikasi lainnya yang berkaitan dengan aktivitas komunikasi politik Walikota Blitar. Data dokumentasi ini digunakan untuk memperkuat hasil observasi dan wawancara.

Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan cara menyeleksi dan memfokuskan data yang

relevan dengan tujuan penelitian, khususnya yang berkaitan dengan peran tim media sebagai komunikator terselubung. Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk narasi deskriptif yang disusun secara sistematis sesuai dengan kategori temuan, seperti tahapan produksi konten (pra produksi, produksi, dan pasca produksi) serta strategi komunikasi yang digunakan.

Tahap akhir adalah penarikan kesimpulan yang dilakukan dengan menginterpretasikan data yang telah dianalisis untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Dengan pendekatan ini, penelitian mampu mengungkap secara rinci proses kerja tim media, pola koordinasi, serta strategi yang digunakan dalam mengelola komunikasi politik dan membangun citra Walikota Blitar melalui produksi konten digital.

2. Kehadiran Peneliti

Berdasarkan penelitian kualitatif, peneliti berperan sebagai instrumen utama penelitian. Kehadiran peneliti menjadi sangat penting karena terlibat secara langsung dalam proses pengumpulan, pengamatan, serta analisis data terkait peran tim media dalam komunikasi politik. Peneliti tidak hanya berfungsi sebagai pengumpul data, tetapi juga sebagai pihak yang menafsirkan makna di balik fenomena yang diteliti, khususnya dalam memahami bagaimana tim media berperan sebagai komunikator terselubung dalam membangun citra Walikota Blitar. Peneliti hadir secara langsung dalam proses penelitian melalui observasi, wawancara mendalam, serta pengumpulan dokumentasi yang relevan dengan aktivitas tim media dan praktik branding politik yang dijalankan. Dalam proses ini, peneliti berinteraksi dengan informan seperti anggota tim media dan pihak terkait, serta mengamati secara langsung dinamika kerja tim, proses produksi konten,

dan strategi komunikasi yang diterapkan. Dalam menjalankan perannya, peneliti berupaya menjaga sikap objektif, terbuka, dan menjunjung tinggi etika penelitian agar data yang diperoleh dapat mencerminkan kondisi yang sebenarnya di lapangan. Selain itu, peneliti juga berusaha membangun hubungan yang baik dengan informan guna memperoleh data yang mendalam, akurat, dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

3. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Ruang Kerja Tim Media Walikota Blitar dan di Kota Blitar Provinsi Jawa Timur. Lokasi ini dipilih karena merupakan area kerja dan di Kota Blitar sangat kental dengan dinamika politiknya. Dengan demikian, tempat ini dianggap sangat relevan untuk mengkaji bagaimana proses kerja tim media dalam memproses dan memproduksi konten politik yang didistribusikan melalui media sosial.

4. Data dan Sumber data

Data dalam penelitian kualitatif ini berupa data deskriptif yang menggambarkan peran tim media sebagai komunikator terselubung dalam proses penyebaran informasi politik Walikota Blitar. Data yang dikumpulkan bertujuan untuk memahami pola kerja tim media, strategi pengelolaan konten, serta konstruksi pesan politik yang disampaikan kepada publik melalui berbagai platform media

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari :

a. Data Primer

Sumber data primer merupakan data yang diperoleh peneliti secara langsung di lapangan. Pengumpulan data primer dilakukan untuk mendapatkan informasi utama dari subjek penelitian yang menjadi fokus

kajian. Data primer dalam penelitian ini menjadi sumber utama untuk memahami secara mendalam peran tim media dalam praktik komunikasi politik. sumber data primer dalam penelitian ini berasal dari informan yang dipilih secara purposive, yaitu pihak-pihak yang memiliki keterlibatan langsung dalam proses produksi dan distribusi konten komunikasi politik.

Informan tersebut meliputi Firdeva adalah koordinator tim media Walikota Blitar, Ilham seorang anggota tim media yang terlibat dalam proses produksi konten, Walikota Blitar Syauqul Muhibbin sebagai aktor utama dalam komunikasi politik, serta pihak eksternal, Mas Khoiri seorang jurnalis Radar Blitar yang memahami dinamika komunikasi politik di lapangan. Pemilihan informan ini didasarkan pada pertimbangan bahwa mereka memiliki pengetahuan, pengalaman, dan akses terhadap informasi yang sesuai dengan kebutuhan penelitian.

b. Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan data pendukung yang diperoleh melalui pihak kedua atau dari data yang telah tersedia sebelumnya. Data ini tidak diperoleh secara langsung dari subjek utama, melainkan dari berbagai referensi yang relevan. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui akun media sosial Instagram walikota Blitar @syauqul muhibbin, portal berita , jurnal, tesis, disertasi, serta literatur yang berkaitan dengan komunikasi politik, branding politik, dan manajemen produksi konten.

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi merupakan kegiatan mengamati secara langsung objek penelitian untuk memperoleh gambaran nyata mengenai aktivitas yang dilakukan.³⁸ Penelitian ini menggunakan observasi nonpartisipan, dimana peneliti hanya bertindak sebagai pengamat tanpa terlibat langsung dalam aktivitas tim media. Observasi dilakukan untuk mengamati proses kerja tim media, pola produksi konten, serta bagaimana pesan komunikasi politik dikemas sebelum disampaikan kepada publik. Observasi awal yang dilakukan peneliti sudah dimulai sejak proses magang di Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Sekda Kota Blitar pada bulan november 2025. Namun, Observasi secara mendalam dimulai sejak tanggal 19 Januari 2026 Hingga Tanggal 1 Maret 2025

b. Wawancara

Menurut Phares (1992) Wawancara merupakan proses interaksi antara peneliti dan informan untuk memperoleh informasi secara mendalam terkait topik penelitian.³⁹ Wawancara dalam penelitian ini dilakukan terhadap empat informan yang dipilih secara purposive berdasarkan peran dan keterlibatannya dalam aktivitas komunikasi politik di Kota Blitar. Informan pertama adalah Firdeva, yang berperan sebagai koordinator tim media. Pemilihan informan ini didasarkan pada tugasnya yang secara langsung mendampingi tim media dalam proses

³⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D.*, 2017.

³⁹ Amitha Shofiani Devi et al., "Mewawancarai Kandidat : Strategi Untuk Meningkatkan Efisiensi Dan Efektivitas" 2, no. 2 (2024).

pembentukan branding walikota, serta kedekatannya dengan walikota sehingga memiliki pemahaman yang komprehensif mengenai strategi komunikasi yang dijalankan.

Informan kedua adalah Ilham, yang merupakan staf tim media. Informan ini dipilih karena memiliki peran sentral dalam tim, khususnya sebagai editor konten, serta keterlibatannya yang aktif di lapangan. Hal tersebut membuatnya memiliki pemahaman yang mendalam terkait dinamika proses produksi konten dan implementasi strategi komunikasi yang dilakukan oleh tim media.

Informan ketiga adalah Syauqul Muhibbin selaku Walikota Blitar. Pemilihan informan ini didasarkan pada posisinya sebagai aktor utama yang memberikan arahan dan instruksi kepada tim media dalam pengelolaan komunikasi politik. Namun, dalam pelaksanaan wawancara, peneliti hanya diberikan kesempatan untuk mengajukan dua pertanyaan mengingat keterbatasan waktu akibat padatnya agenda kegiatan beliau.

Informan keempat adalah Khoiri, seorang jurnalis dari Radar Blitar. Informan ini dipilih karena memiliki perspektif eksternal serta pemahaman langsung terhadap kondisi lapangan dan dinamika pemberitaan yang berkaitan dengan aktivitas komunikasi politik di Kota Blitar. Secara umum proses wawancara dengan keempat informan berjalan dengan lancar. Namun demikian, terdapat beberapa keterbatasan dalam pengumpulan data, khususnya terkait informasi yang bersifat sensitif, seperti data spesifik mengenai nama-nama yang tergabung dalam struktur tim media walikota, yang tidak dapat diungkapkan oleh informan.

c. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan berbagai data tertulis maupun visual yang relevan, seperti dokumentasi di lapangan yang berkaitan dengan aktivitas tim media. Dokumentasi ini digunakan untuk memperkuat data hasil observasi dan wawancara serta memberikan bukti empiris mengenai praktik komunikasi politik yang dilakukan.

6. Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara kualitatif dengan tahapan sebagai berikut:

a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses pemilihan, penyederhanaan, dan pemfokusan data yang relevan dengan penelitian.⁴⁰ Data yang diperoleh dari lapangan diseleksi dan dikelompokkan berdasarkan tema, seperti peran tim media, strategi konten, serta praktik komunikasi terselubung. Proses ini bertujuan untuk menemukan pola dan memudahkan analisis lebih lanjut.

b. Penyajian Data

Penyajian data dilakukan dengan menyusun informasi secara sistematis dalam bentuk narasi deskriptif, tabel, atau matriks. Data yang telah direduksi kemudian disajikan agar mudah dipahami dan dianalisis, khususnya terkait hubungan antara aktivitas tim media dan konstruksi citra Walikota Blitar. Penyajian data ini membantu peneliti dalam melihat pola serta menarik kesimpulan yang tepat.

⁴⁰ Fahriana Nurrisa and Dina Hermina, *Pendekatan Kualitatif Dalam Penelitian: Strategi, Tahapan, Dan Analisis Data*, ”, *Jurnal Teknologi Pendidikan Dan Pembelajaran*, vol. 2, 2025.

c. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan dilakukan dengan menafsirkan makna dari data yang telah dianalisis. Peneliti mengidentifikasi pola, hubungan, serta dinamika yang muncul dalam praktik komunikasi politik. Dalam penelitian ini, interpretasi data dilakukan menggunakan teori Manajemen Produksi Konten, dan konsep konsep yang mendukung temuan.